

**IMPLEMENTASI
IKLAN KUIS RUMAH KOKOH SEMEN GRESIK
MELALUI MEDIA CETAK DI PT. SEMEN GRESIK Tbk
DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARI'AH**

SKRIPSI



Oleh

M. YUSRON FAWAID

NIM: 08510100

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

**IMPLEMENTASI
IKLAN KUIS RUMAH KOKOH SEMEN GRESIK
MELALUI MEDIA CETAK DI PT. SEMEN GRESIK Tbk
DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARI'AH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**M. YUSRON FAWAID
NIM : 08510100**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012
LEMBAR PERSETUJUAN**

LEMBAR PERSETUJUAN

IMPLEMENTASI

IKLAN KUIS RUMAH KOKOH SEMEN GRESIK

MELALUI MEDIA CETAK DI PT. SEMEN GRESIK Tbk

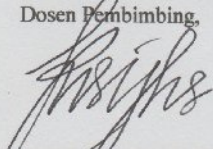
DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARI'AH

SKRIPSI

Oleh


M. YUSRON FAWAID
NIM: 08510100

Telah Disetujui 18 Juni 2012
Dosen Pembimbing,


Irmayanti Hasan ST., MM
NIP 19770506 200312 2 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan,




Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP 19720212 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN
IMPLEMENTASI
IKLAN KUIS RUMAH KOKOH SEMEN GRESIK
MELALUI MEDIA CETAK DI PT. SEMEN GRESIK Tbk
DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARI'AH

Oleh

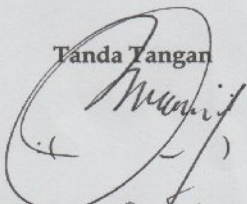
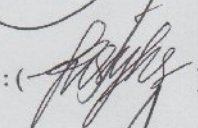
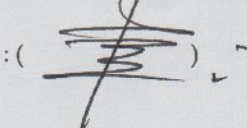
M. YUSRON FAWAID
NIM: 08510100

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 10 Juli 2012

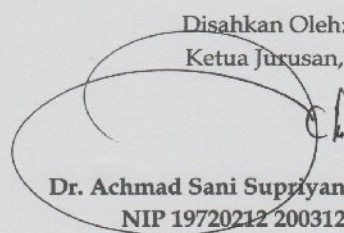
Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji
Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M. Ag
NIP 19620115 199803 1 001
2. Sekretaris/Pembimbing
Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP 19770506 200312 2 001
3. Penguji Utama
Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag
NIP 19711211199903 1 003

Tanda Tangan

()
:()
:()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

()
Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP 19720212 200312 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : M. Yusron Fawaid
NIM : 08510100
Alamat : Pucangtelu Kalitengah Lamongan

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

IMPLEMENTASI IKLAN KUIS RUMAH KOKOH SEMEN GRESIK MELALUI MEDIA CETAK DI PT. SEMEN GRESIK Tbk DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARI'AH

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan siapapun.

Malang, 25 Juni 2012

Hormat Saya,



M. Yusron Fawaid

NIM: 08510100

HALAMAN PERSEMBAHAN



Syukur kepada Allah SWT itu adalah hal yang paling utama,
dan selanjutnya goresan ini saya persembahkan untuk:

ABAHKU H.M.YAHYA DAN IBUKU Hj. MUJANAH
SERTA KELUARGA BESARKU NASHRUL MUJIB & IHTIAROH, ABD. HALIM
FATHANI & ANNI INAYAH, ABDUL BASITH YANG DENGAN SEGALA
KETULUSANNYA SENANTIASA
MEMBERIKAN DOA, DUKUNGAN, SEMANGAT, MOTIVASI, KESABARAN,
PENGORBANAN, DAN KASIH SAYANGNYA.
Semoga Allah selalu melindungi dan memberi anugerah bagi kita semua.

MOTTO

Tersenyum Saat di Kritik Orang Lain, karena Kritikan Akan Membawa kearah
Kebaikan, dan Menangislah Saat di Puja, karena Akan Membuat Terlenu dan
Mendekati Kehancuran.....

Hidup itu Harus Punya Arah.....

Berbuat, Berusaha, Berpikir Positif, Berbagi, dan Berdo'a

Selalu Menyadari dari mana Ku Berasal, untuk apa ku Hidup, dan mau kemana
setelah Hidup.....

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT atas karunia, kasih sayang, dan kemudahan yang dilimpahkan oleh-NYA. Sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI IKLAN KUIS RUMAH KOKOH SEMEN GRESIK MELALUI MEDIA CETAK DI PT. SEMEN GRESIK Tbk DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARI’AH”**.

Shalawat dan salam kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan kita tentang arti kehidupan yang sesungguhnya. Semoga kita termasuk orang-orang yang mendapat syafa’at beliau di hari akhir kelak. Amin.

Penulis sadar sepenuhnya bahwa penyusunan karya ilmiah ini tidak dapat berdiri sendiri, melainkan dengan bantuan materiil dan moril (khususnya) serta rangkaian kebijaksanaan dari pihak-pihak yang terkait dalam penyusunan karya ilmiah ini. Dengan diselesaikannya skripsi ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim (Maliki) Malang.
2. Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.
3. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen yang juga memberikan izin dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Irmayanti Hasan, ST., MM yang telah sabar dan rela kehilangan banyak waktunya untuk membimbing proses penyelesaian skripsi ini.
5. H. Misbahul Munir, Lc., M. Ei, Selaku Dosen Wali yang selalu memeberikan motivasi dan arahan untuk selalu lebih baik dalam meningkatkan prestasi.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang membagikan ilmunya kepada saya, mudah-mudahan berguna bagi saya dan amal ibadahnya diterima oleh Allah SWT.

7. Segenap pegawai PT. Semen Gresik Tbk, yang telah memberikan izin penelitian dan membantu mengumpulkan data-data yang diperlukan peneliti, khususnya Bpk. Budi Nendro Trisno.
8. Keluarga besar saya, Abah H.M. Yahya dan Ibu Hj. Mujanah, saudara-saudara saya, Nashrul Mujib & Ihtiaroh, Abd. Halim Fathani & Anni Inayah, Abdul Basith yang dengan segala ketulusannya senantiasa memberi doa, dukungan, semangat, motivasi, kesabaran, pengorbanan, dan kasih sayang.
9. Untuk teman-teman seperjuangan Abd. Haris A, Zainuri Yahya, Samsul Bahri, Novrianto Indra, M. Wajir A.W, Leni Masruchah, Cicik Rahmani F, Nurul Wahidah yang memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan tugas ini
10. Keluarga Besar KOPMA Padang Bulan baik anggota maupun karyawan yang telah memberikan pengalaman dan ilmu tentang kehidupan
11. Keluarga Besar Organisasi Daerah IKAMALA (Ikatan Mahasiswa Lamongan) dan FAMELA (Forum Alumni Man Lamongan) yang telah memberikan arti perjuangan mulai dasar hingga kejayaan. Semoga organisasi ini terus bisa menjadi wadah bagi teman-teman daerah dan terus berkembang.
12. Teman-teman Fakultas Ekonomi angkatan 2008 yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat bagi peneliti. Semoga kita menjadi yang terbaik.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu karena keterbatasan ruang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Penulisan skripsi ini. Semoga Allah melindungi dan memberi anugerah kepada mereka semua, karena hanya kepada-Nya kita meminta. Akhirnya, peneliti berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 18 Juni 2012
Peneliti,

M. Yusron Fawaid

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan	6
1.4. Manfaat	6
1.5. Batasan Penelitian	7

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teori	15
2.2.1. Pengertian Periklanan.....	15
2.2.2. Fungsi Periklanan.....	17
2.2.3. Tujuan Periklanan.....	19
2.2.4. Anggaran Periklanan	22
2.2.5. Strategi Kreatif Iklan	25
2.2.6. Evaluasi Periklanan	31
2.2.7. Iklan Perspektif Syariah.....	32

2.2.8. Kerangka Berfikir.....	42
-------------------------------	----

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian	43
3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	43
3.3. Data dan Sumber Data	44
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5. Model Analisis Data	45
3.6. Pedoman Wawancara	46
3.6.1. PT. Semen Gresik Tbk (Informan Pertama).....	46
3.6.2. Partisipan Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik (Informan Kedua)	47

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1. Pembahasan Data Penelitian	49
4.1.1. Sejarah PT. Semen Gresik Tbk.....	49
4.1.1.1. Masa Perintisan	50
4.1.1.2. Masa Persiapan.....	51
4.1.1.3. Masa Pembangunan dan Perkembangan.....	51
4.1.2. Visi dan Misi	55
4.1.3. Logo dan Tagline Perusahaan.....	56
4.1.3.1. Logo Perusahaan dan Produk PT. Semen Gresik Tbk.....	56
4.1.3.2. Tagline Perusahaan dan Produk PT. Semen Gresik Tbk.....	59
4.1.4. Lokasi PT. Semen Gresik Tbk.....	60
4.1.5. Struktur Organisasi PT. Semen Gresik (Persero) Tbk	61
4.1.6. Sistem Manajemen Semen Gresik	64
4.1.6.1. Tata kelola perusahaan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	64
4.1.6.2. Sistem Manajemen Semen Gresik (SMSG)	66
4.1.6.3. Sumber Daya Manusia	67

4.1.6.4. Kepedulian Lingkungan dan Sosial	69
4.1.6.5. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan	70
4.1.6.6. Program Bina Lingkungan	70
4.1.6.7. Program Kemitraan dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan	71
4.1.7. Produk	72
4.1.7.1. Proses Produksi	72
4.1.7.1.1. Proses pembuatan semen	72
4.1.7.1.2. Penyediaan bahan mentah	73
4.1.7.1.3. Penggilingan dan pengeringan bahan mentah	73
4.1.7.1.4. Penggilingan akhir	73
4.1.7.1.5. Pengantongan atau pengemasan	73
4.1.7.2. Profil Produk	74
4.1.8. Anak Perusahaan	76
4.1.8.1. Anak Perusahaan, Afiliasi dan Lembaga Penunjang	76
4.1.8.2. Anak Perusahaan Penghasil Semen	77
4.1.8.3. Anak Perusahaan Bukan Penghasil Semen (<i>Non Cement Making</i>)	78
4.1.8.4. Afiliasi (Distributor)	81
4.1.8.5. Lembaga Penunjang	83
4.1.9. Penghargaan PT. Semen Gresik Tbk Tahun 2011	85
4.1.10. Implementasi Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik ...	89
4.2. Pembahasan Data Hasil Penelitian	94
4.2.1. Hasil Analisis	94
4.2.1.1. Pentingnya Iklan	94
4.2.1.2. Fungsi dan Tujuan Iklan Rumah Kokoh Semen Gresik	95
4.2.1.3. Strategi Pemilihan Media	97
4.2.1.4. Strategi Pemilihan Halaman dan Waktu Penayangan	99

4.2.1.5. Strategi Menentukan Anggaran Iklan	104
4.2.1.6. Evaluasi Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik	110
BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2. Penelitian Sekarang	14
Tabel 2.3. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang	15
Tabel 2.4. Karakteristik Media	30
Tabel 4.1. Paparan Data Implementasi Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik.....	90
Tabel 4.2. Perbandingan penjualan 2010 dengan 2009 dalam satuan Ton.....	116
Tabel 4.3. Perbandingan penjualan 2011 dengan 2010 dalam satuan Ton.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Belanja Iklan 2009-2011	2
Gambar 2.1. Tahapan Kesiapan Pembeli	21
Gambar 2.2. Tingkat-Tingkat Efek Periklanan	22
Gambar 2.3. Kerangka Berfikir	42
Gambar 4.1. Logo PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.....	56
Gambar 4.2. Logo Produk PT. Semen Gresik Tbk.....	58
Gambar 4.3. Struktur Organisasi PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.....	63
Gambar 4.4. Struktur Organisasi Biro Komunikasi Pemasaran	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 a : Contoh Iklan kuis Rumah Kokoh Semen Gresik
di Media Cetak Suara Merdeka
- Lampiran 1 b : Contoh Iklan kuis Rumah Kokoh Semen Gresik
di Media Cetak Bali Post
- Lampiran 1 c : Contoh Iklan kuis Rumah Kokoh Semen Gresik
di Media Cetak Solo Post
- Lampiran 1 d : Contoh Iklan kuis Rumah Kokoh Semen Gresik
di Majalah Techno Kontruksi
- Lampiran 2 : Biodata Informan dan Data Interview
- Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 4 : Bukti Penelitian
- Lampiran 5 : Bukti Konsultasi
- Lampiran 6 : Biodata Peneliti

ABSTRAK

Fawaaid, M. Yusron. 2012. SKRIPSI. Judul : “Implementasi Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik Melalui Media Cetak di PT. Semen Gresik Tbk Ditinjau dari Perspektif Syari ‘ah”

Pembimbing : Irmayanti Hasan ST., MM

Kata Kunci : Implementasi Iklan, Media Cetak, Perspektif Syari’ah.

Iklan merupakan salah satu pilihan alat yang digunakan pemasar dalam melakukan komunikasi dengan konsumen, tentunya dapat memberikan suatu informasi tentang suatu produk yang ditawarkan. Komunikasi akan berakibat terhadap penanaman *brand* di benak konsumen yang akhirnya mereka akan membeli suatu produk. Iklan yang digunakan PT. Semen Gresik Tbk salah satunya bernama Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik yang letaknya di media cetak, yaitu di Majalah dan Surat Kabar harian. Dalam kegiatan ini diharapkan dilakukan dengan cara-cara yang tidak kotor atau yang dilarang secara syari ‘ah. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat bagaimana implementasi iklan kuis rumah kokoh semen gresik yang dilakukan PT. Semen Gresik Tbk di media cetak, jika ditinjau dari perspektif syari ‘ah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu, prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan yang bersifat penjelasan, dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan 5 informan dalam melakukan wawancara, yaitu 1 orang dari Biro Komunikasi Pemasaran PT. Semen Gresik Tbk dan 4 orang dari partisipan Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik.

Dilihat dari beberapa aspek yang ada di paparan data, yang meliputi pentingnya iklan, fungsi, tujuan, media, strategi (strategi pemilihan media, strategi pemilihan halaman, strategi waktu penayangan), anggaran, alur, dampak, dan kendala, jika ditinjau menurut syari ‘ah Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik mulai dari alur proses pemasangan hingga akhir (pengambilan hadiah bagi pemenang), telah sesuai dengan perspektif syariah, yaitu Jujur (*Shidiq*), terpercaya (*Amanah*), komunikatif (*Tabligh*), dan cerdas (*Fathanah*), yang sesuai dengan faktor kunci sukses dalam berbisnis menurut syariah. Sedangkan Hadiah dari Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik adalah *Mubah* (boleh), karena hadiah berasal dari PT. Semen Gresik Tbk, bukan dari peserta. (sesuai dengan Fatwa MUI dan Fatwa PBNU menyikapi tentang SMS berhadiah)

ABSTRACT

Fawaid, M. Yusron. 2012. Thesis. Title: "Advertisement Implementation of Quiz Rumah Kokoh Semen Gresik Through Printed Media in the PT. Semen Gresik Tbk in Shari'ah Perspective Review"

Advisor : Irmayanti Hasan ST., MM

Keywords : Implementation of Advertising, Print Media, Shari'ah Perspective.

Advertising is one of the tools chosen by producers used to communicate with customers, of course, can provide some information about a product being offered. communication will be lead to put brand in the minds of consumers so that they will eventually buy a product. Advertisement used by PT. Semen Gresik Tbk, one of whom was named Advertisement of Quiz Rumah Kokoh Semen Gresik in pers media, namely in the magazine and daily newspapers. In this activity expected to be done in ways that are not dirty or prohibited by shari'ah. The purpose of this study is to see how the implementation of Advertisement of Quiz Rumah Kokoh Semen Gresik by PT. Semen Gresik Tbk in pers, if review from the shari'ah perspective.

In this study, the researchers used of qualitative descriptive, a research procedures that produce data in written or oral description, by techniques of data collection is using interviews and documentation. Researchers used five informants in the interview, one person from the bureau of marketing communication PT. Semen Gresik Tbk and 4 person are participants on Advertisement of Quiz Rumah Kokoh Semen Gresik.

Based one some aspects that exist in the exposure data, which include the importance of advertising, function, purpose, media, strategy (media selection strategy, the page selection strategy, the strategy of airtime), budget, plot, effects, and constraints, if evaluated according to the shari'ah Advertisement of Quiz Rumah Kokoh Semen Gresik begin until the end of the installation process (making prize for the winner), has been in accordance with the shari'ah perspective, that is honest (shidiq), trust (amanah), communicative (tabligh), and intelligent (fat hanah), which accordance with the key success factors in doing business according to shari'ah. while the present of Advertisement of Quiz Rumah Kokoh Semen Gresik is permissible (mubah), because the present comes from the PT. Semen Gresik Tbk, rather than participants. (According to the MUI fatwa and the PBNU fatwa about SMS prize)

المختبر

فوائد، م. سران. 2012. بحث العدا تحت الطلب إعلان" متحان الموجز للبت
سمنت غر سك بوسائل الطبعة شركة مساهمة محدودة للسمنت غر سك بيرق من
نظرة الشرعة."

المشرفة : Irmayanti Hasan ST., MM

تطبيق وسيتملان الموجز، وسائل الطبع، النظرة الشرعة.

الذي ان ستعملان الوسيلتين مخفارة عمل اتصال بالمسلك، ولا شلته
ستطيع أن يوصل المعلومات تصليان النتاج بالمساهمة. إن غرس وجود النتاج
ش و ون إعلان نالستفتم. شركة مساهمة محدودة للسمنت غر سك
للبيت ا ف من إعلنت غر سك الذي وضع وسائل الطبع، و
المجالاته أو ا شطو لائق اليومية. بالأساليب ال يح أو ل س من منا
ن ذا البحث و الشرع لنظر عن كيف تطبيق إعلان متحان الموجز للبت ا ص ن
سمنت شتيكة الفها جمة محدودة للسمنت غر سك بوسائل الطبعة، إذا بيرق من
نظرة الشرعة.

و قد استخدم ذا البحث و التحقيق الكيفي و الوصف في إجراءات التحقيق الذي
ش ل ال لمات المكتوبة أو اللسان الذي اتصف بالبيان بأسلوب جمع بياناته
المختلطة و الوثائق تنظيم القاطع 5 و مخ واحد من مكتب اتصال
ال سوقي لشركة مساهمة محدودة للسمنت غر سك مشو 4 ات متحان الموجز للبت
ا ص ن سمنت غر سك.

ننظر من عدة النوا الموجودة تفصيلية ا هلائق فالذي ا شمية إعلان
والفوائد و داف والوسائل اتجعية س اتجعية (الوسائل، و اس اتجعية اختيار
الصفحة، و اس اتجعية وقت التعرض) المائى المائى لوجر لعوائق، وإذا ننظر إ
ال إعلان أضمحلن للموجز لحو سك منذ بداية عملياته شر إعلان
إ و آخره (عملية القبول لاية للفائز قن) يا و لنظرة ملاحظة ومطابقرة، و
ي و ن طبادق لذي أميونا شليغو فطو ل مفتاح النجاح المنة الشرعي صلو
ال دايلا هاية جذا إعلان منها شلركة مساهمة محدودة للسمنت غر سك و ل س
من مالمش مجلسات الأطفال للفتوى سيا و بيئة مركز لضة العلماء عن
الفرعة بالرسالة القصدة).